



Presenta ALARP Guanajuato resultados del “Sondeo de percepción de las Relaciones Públicas en el estado de Guanajuato”

- **La finalidad de este sondeo es identificar la percepción sobre la práctica y ejercicio de las Relaciones Públicas en la entidad.**
- **Durante el evento también se dieron a conocer los objetivos de la asociación conformada desde septiembre del 2020.**

León, Guanajuato.- La Asociación Latinoamericana de Relaciones Públicas (ALARP), Dirección Estatal Guanajuato presentó los resultados de **“Sondeo de percepción de las Relaciones Públicas en el estado de Guanajuato”**.

En Guanajuato, la dirección estatal tiene la misión de difundir, fortalecer y profesionalizar el ejercicio de las Relaciones Públicas a través de la capacitación, divulgación y profesionalización de su quehacer, en vinculación y colaboración con el sector público, académico y empresarial del estado.

El objetivo de este sondeo fue identificar la percepción sobre la práctica y ejercicio de las relaciones públicas en nuestra entidad, por medio de las impresiones y opiniones de perfiles profesionales, sugeridos por asociados de ALARP.

Felipe Reyes, director estatal en Guanajuato, destacó que es el primer evento presencial que se realiza desde su conformación en septiembre del 2020, ya que por la pandemia de COVID-19, sus primeras actividades se realizaron a través de los medios digitales.

*“Guanajuato tiene una gran fortaleza porque es un estado que tiene una riqueza de industrias de desarrollo económico (...) también se hace cada vez mucho más complejo y por lo tanto, es evidente que necesitamos perfiles preparados que ejerzcan las relaciones públicas y además , sean especialistas en nichos muy particulares”, comentó el director de la **Dirección Estatal Guanajuato del Capítulo México de ALARP** .*



Agregó que estos resultados permitirán a la asociación trabajar en sus tres objetivos principales: el posicionamiento, a través de alianzas y acciones; la profesionalización, por medio de cursos, talleres y publicaciones; y la vinculación, con la colaboración del entorno en acciones de responsabilidad social empresarial.

En el **sondeo aleatorio se contó con 76 respuestas** de perfiles profesionales, sugeridos por los asociados de la ALARP, resultados que fueron presentados por **Cristhian Córdova, Vice Director** de la asociación.

Entre los puntos más importantes señaló que, el 98.7% de los encuestados saben qué son las Relaciones Públicas y el restante no; destacando también términos importantes mencionados sobre las actividades que realiza un área de RRPP y que se resumen en: comunicación estratégica, planes estratégicos, vínculos, gestión de crisis y reputación, imagen integral, posicionamiento, por mencionar algunos.

Respecto a cómo están en comunicación con sus públicos 85.5% dijo que es a través de las redes sociales y página web; 72.4% a través de medios digitales y tradicionales; 55.3% con la organización de eventos; 39.5% por medio de campañas y estrategias de RRPP; 30.3% por el área de atención a clientes; y el resto con interacción personal, ferias y networking.

También destacó la presencia de un departamento o área de Relaciones Públicas en los centros de trabajo de los participantes en este sondeo, pues las tres respuestas con más porcentaje arrojaron que 28.9% de los encuestados están a cargo de esta labor; 25% cuenta con un departamento y 22.4% indicó que lo realiza el área de comunicación.

Entre las funciones más importantes de las Relaciones Públicas el 41.9% mencionó el análisis de la opinión pública, gestión de públicos, líderes de opinión e influenciadores; el 48.7% destacó la gestión de la reputación; y el 38.2% la responsabilidad social empresarial, gestión y control de crisis.

Sobre los indicadores y métricas para evaluar las RRPP, las y los encuestados dijeron que lo hacen en base al reconocimiento de la organización (67.1%); opinión pública favorable (61.8%); Impresiones y/o posicionamientos en medios (55.3%); reputación (31.6%); conversación en línea sobre la empresa (28.9%); sentimiento positivo de los públicos (25%); Publicidad (18.4%); opiniones negativas y positivas (1.3%).

En cuanto al diferenciador o valor agregado de un organismo o empresa con un área de relaciones públicas destacaron alianzas, estrategias y vinculación; atención al cliente y calidad en el servicio; empatía y ética; comunicación estratégica,



atención y gestión de los públicos, reputación, posicionamiento y percepción positiva; así como manejo de crisis y conexión con el entorno.

Más de la ALARP Guanajuato

La Asociación Latinoamérica de Relaciones Públicas (ALARP) Capítulo Guanajuato, se conformó en septiembre del 2020 con la finalidad de generar e implementar propuestas de valor que impulsen a la profesionalización de las RRPP en el estado. Actualmente ALARP, Dirección Estatal Guanajuato cuenta con 14 asociados profesionales.

**El sondeo completo lo puedes consultar en <https://alarpguanajuato.com/> y mantente informado de nuestras actividades y acciones a través de nuestras redes sociales en Facebook y Twitter como Alarp Guanajuato.*